



CENTRO DE ESTUDIOS LATINOAMERICANOS ARTURO USLAR PIETRI
FOROS DE LITERATURA

FORO: FACEBOOK, TWITTER Y LAS REDES SOCIALES

Foros de Literatura en el CELAUP

Miércoles 27 de octubre 12:15 p.m.	Miércoles 24 de noviembre 12:15 p.m.
Facebook, Twitter, redes sociales y literatura	Literatura urbana: Los espacios narrativos de Caracas
Invitados: Kira Kariakin Roger Michelena Héctor Torres	Invitados: Federico Paconins Ricardo Ramírez Raqueno Luis Yslas Prado
Moderador: Karl Krispin	Moderador: Karl Krispin

CEL AUP
40 años de la Universidad Metropolitana
UNIVERSIDAD METROPOLITANA
www.unimet.edu.ve

“Facebook, Twitter, redes sociales y literatura”

Miércoles 27 de octubre de 2010, 12:15 pm

Invitados: Kira Kariakin, Roger Michelena y Héctor Torres

Moderador: Karl Krispin

[Karl Krispin]

Esta vez tenemos un tema particularmente interesante producto del mundo contemporáneo en que vivimos y de la vertiginosidad que han adquirido los medios alternativos de comunicación. Las personas que tenemos invitadas como ponentes participan activamente de esta nueva visión de promoción de la literatura a través de medios alternativos como pueden ser Facebook o Twitter.

Me voy a permitir referirme brevemente a la experiencia de cada una de estas personas. Vamos a empezar con Kira Kariakin: nació en Caracas en 1966, desde 1987 se ha desempeñado en el medio editorial en diversas áreas, trabajando para editoriales como Alfadil y Grijalbo. Tuvo una agencia literaria, cosa que es particularmente interesante destacar porque creo que ha sido una única experiencia en nuestro país, y muchos están pidiendo que vuelva la segunda parte de la agencia, pero ya eso no sabemos si se logrará. Colabora con distintas revistas digitales como Los hermanos Chang y Analítica.com, es coeditora de la revista digital **La casa azulada** y autora del blog personal **Caminos** desde el año 2004. Ha sido participante de varios talleres literarios, y actualmente participa en el taller de poesía Armando Rojas Guardia y prepara su primer libro de poesía.

Con respecto a Roger Michelena, durante más de veinte años se ha desempeñado como bibliotecario, librero y asesor de proyectos editoriales y de instituciones culturales. Colabora con varias publicaciones especializadas en el sector del libro y ha formado parte de diversas comisiones en la discusión de leyes relacionadas con el sector. Mantiene el blog **Libreros** en el cual ofrece información relacionada con la industria editorial de Venezuela e Hispanoamérica. En particular si son usuarios de Twitter, les recomiendo encarecidamente que lo sigan porque es una de las personas que mejores recomendaciones da sobre artículos que han aparecido. Es un placer ir a esos hipervínculos que recomienda Roger como cúmulo de información.

Respecto a nuestro último invitado, Héctor Torres, es un narrador venezolano nacido en 1968. Ha publicado los libros de cuentos *Trazos de asombro y olvidos*, *Episodios suprimidos del manuscrito G*, *Del espejo ciego* y *El amor en tres platos*. Aparece en la antología narrativa aragüeña *En tierra de letras*, publicó *Siete*, aparece en *La antología de la urbe para el orbe* y *Las voces secretas* publicado por Alfaguara. Ha publicado también *La huella del bisonte*, de la editorial Norma en el año 2006, y ha sido ganador en 1998 del primer premio del Concurso Semana de la Juventud y Poeta Pedro Busnego. Edita en internet el portal **Ficción Breve** de Venezuela.

[Kira Kariakin]

Les traje una serie de ideas para dejárselas sembradas, que tienen que ver con el uso de Facebook, redes sociales y Twitter, no tanto como vehículos para promover la literatura o para promocionarse uno como autor, sino también como instrumentos de creación.

Mi experiencia personal como bloguera, teniendo un blog donde escribo crónicas, divagaciones, reflexiones, poemas, etc., me ha llevado a pensar en el blog casi como un género, y en eso coincidimos algunos blogueros que usamos la herramienta de manera similar. Quizás no como un género literario todavía, pero sí como un género digital.

“Bloguear, dicen, es bueno para la salud. Te expresas, creas, haces bocetos, casi poemas, casi ficciones, clasificas. Y si no lo es, como también dicen, no me importa, descreo, demuelo textos, me burlo de los géneros, desclasifico. Hago un oprobio de las cenizas que quedan”. Este pequeño texto, que no es mío, es de Ricardo Ramírez Requena, lo usamos como *status* en un grupo que tenemos en Facebook que se llama Literaria blog. Lo creamos varios blogueros que no nos conocíamos personalmente, para reunirnos y leer nuestros blogs en un evento que se hizo hace año y medio en la librería El buscón. A partir de ese evento hicimos como cuatro más, donde invitamos a blogueros a leer sus textos y a compartir, a conocernos y a ver nuestras caras; una suerte de recital si se quiere, pero no a partir de lo

generado en un libro sino a partir de lo que se había generado en estos blogs. En ese sentido, el blog, que es una herramienta sencillamente tecnológica, que en sí no implica absolutamente nada sino un vehículo para la expresión o para la diseminación de ideas, se puede convertir en una herramienta de creación. ¿Y por qué estos? Porque en el blog confluye no sólo la palabra sino también el video, la fotografía y el audio. Y la escritura digital se orienta hacia la integración de todos estos medios, de todos estos instrumentos para la expresión. Tanto así, que hoy en día en los Estados Unidos y sobre todo en países de habla inglesa, donde ésta tecnología tiene quizás mayor penetración, se habla de *digital storytelling* o contar cuentos de forma digital. Y no es como hacer una película, no es como hacer un video, donde por supuesto hay texto y música, sino que es la combinación de todas estas cosas, todo confluye a través de un blog, que es promocionado a través de una red social como Facebook o como Twitter.

La cuestión de la creación en la red es muy interesante porque cuando uno ataca un texto literario, cuando uno lee, uno sigue generalmente una cronología, uno sabe que hay un orden dado por un índice, uno sabe que aunque pudiera leer como quisiera un poemario, los poemas generalmente se ponen en un orden con una intención, para crear una atención en la lectura. En el caso de los medios digitales la lectura es fragmentada y eso apunta a que el lector se hace copartícipe de la creación. El lector cuando visita un blog no lo revisa desde el principio, no lee la primera entrada sino que va saltando a través de búsquedas, pone una palabra clave que le interese, lee el último post, o visita el blog cada dos semanas, o cada mes, o todos los días, por lo cual la impresión de lo que está leyendo no tiene ningún tipo de orden, es una impresión que construye el lector. Los autores de blog generalmente siguen una cronología; yo escribo hoy, luego escribo mañana. En ese sentido, la percepción del autor de lo que está creando es diferente a la percepción que tiene el lector. Eso sin contar que el lector no sólo participa con la lectura y construyendo ese imaginario que tienen sobre el autor, sino que además comenta, complementa, aporta vínculos, aporta pedazos de su propia inspiración en los comentarios; cuántas veces no he leído un poema que es terminado o complementado por otro poeta que ha comentado en un blog. Todo esta situación, todo este tipo de elementos que alimentan en el caso de los blogs la creación, me conducen a pensar que eventualmente en el futuro se generará en el medio digital la expresión de un género literario que todavía no sabemos cómo se va a llamar, ni cómo se va a estructurar.

Menciono el blog porque fue la primera herramienta que permitía establecer una red social. Los blogs a través del intercambio de vínculos, a través de los *blogrolls*, empezaron a generar las redes, empezaron a generar los directorios, y son una de las primeras expresiones web de la red social. Había otras redes sociales antes como los *mailing list*, los foros, etc., pero el blog le dio otro tipo de accesibilidad y significado a la noción de red social. En el blog como género les dejo las siguientes preguntas: ¿Es el bloguero editor de un blog, o es el autor? Uno en un blog puede hacer una revista si así lo quiere, puede tener varios colaboradores, pero también si uno escribe solo en un blog, uno puede ser el autor.

En referencia a lo que había comentado del *digital storytelling* el blog permite soportar todos los medios actualmente disponibles como video, música, texto y fotografía. El blog puede ser no sólo vehículo de creación sino de promoción; hay autores que escriben sus cuentos, poemas, etc., y usan el blog sencillamente para diseminar ese contenido sin ningún tipo de interés en cuanto a interacción o en cuanto a herramienta de creación, sólo de diseminación. En ese sentido, el advenimiento de Facebook, Twitter, Booze, High5, Tumblr, LinkedIn, no sólo ayuda a promover una obra, sino que también promueve que cada uno de

estos usuarios se convierta en un personaje. Esta es otra vertiente que hace poco escuché en una discusión en un encuentro web 2.0, en donde se estaba analizando el hecho de que la participación activa en las redes sociales, hace que el usuario se constituya como un personaje de una historia que él está contando, que se complementa en todos estos instrumentos, y es una historia que los que lo siguen la leen.

Facebook es quizás el máximo exponente de la creación de una narrativa personal porque en Facebook uno se construye en la medida en que quiere que los demás sepan de uno. La gente se está inventando continuamente a través de Facebook, de Twitter, a través de los blogs, y más si todas estas herramientas están complementadas e integradas; uno se convierte en personaje. La vida que uno cuenta, es la vida que quiere dejar, es la vida que se quiere que sepan de uno. Les voy a dejar una experiencia: hace poco anuncie en mi Facebook que iba a eliminar a un montón de gente que no conocía, y lo hice por cortesía, porque no me gusta eliminar a la gente sin avisar. Para mí fue un *shock* porque en cuanto lo anuncie tuve alrededor de treinta mensajes de personas pidiéndome que no las sacara. Ahí caí en cuenta que yo era una especie de fuente de entretenimiento para una serie de personas que no he visto en mi vida, que no conozco, que ni siquiera me habían dejado un comentario en mi Facebook. Tal fue el asunto que no pude eliminar a nadie, elimine alrededor de cuarenta personas y lo deje de ese tamaño porque me regañaron y todo. Comprobé la idea que escuche en el foro: yo, de alguna manera, a través de mi Facebook, me he creado una suerte de vida, una suerte de narrativa, que mucha gente lee y que ha establecido un vínculo afectivo conmigo a través de ello. En el futuro, y de hecho ya hay muchas personas en Facebook con seudónimos construyéndose una personalidad paralela, Facebook pudiera ser un instrumento de creación importante, combinado con blogs y otras redes sociales. De hecho, tenemos un ejemplo así en nuestro medio editorial, que es Lucas Meneses, que es un personaje que está en Facebook y escribe cartas y mensajes, que es de un escritor que inventó este seudónimo, y se inventó toda una personalidad; sin embargo, lo ha usado para efectos promocionales no para efectos de creación.

Les dejo este germen para que piensen, sobre todo a los que participan de los blogs y de Twitter y lo integran con su Facebook, y que les interesa la creación literaria. Esta es una manera no sólo de promover lo que ustedes escriben, lo que ustedes hacen, sino también puede ser una manera de crear; usando estos lenguajes pueden crear otro tipo de experiencia para quien los lee.

[Roger Michelena]

El impacto de las redes sociales en lo que a mí concierne es en la promoción del libro. Cada vez es más evidente el impacto de la influencia de las redes sociales en la visibilidad de una web. Las editoriales deberían permitir a sus lectores compartir sus contenidos en sus webs y en sus redes sociales, que es algo que estamos intentando hacer algunos editores, como en el caso de FLibros. Hicimos un experimento en Twitter con la primera novela *Baruca*. Teníamos dos o tres opciones de títulos, preguntamos en un programa de radio y por Twitter, se decidió que el nombre *Baruca* era más sonoro y ese fue el nombre elegido para la novela, que fue la primera que publicamos en la editorial. Por ejemplo, el sitio web del *New York Times* ofrece enlaces para compartir los artículos en Twitter, a todos los seguidores del sitio web. De hecho, tienen la posibilidad de elegir qué portada, qué libros les interesa que se comenten, y están recibiendo como premio no solamente que sus artículos estén presentes, sino que ellos mismos colaboran en las futuras ediciones que se van a hacer de ahora en

adelante. En tan sólo un año aumentaron más del veinte por ciento del tráfico que tenían y la confianza del público en general porque les dio la oportunidad de opinar, cosa que hasta ahora en las cartas al director o en todas estas notitas que llegamos a ver en prensa, siempre son muy limitadas en su información.

Los editores de libros y prensa escrita están ideando modos de persuadir a los lectores para compartir más a través de la red social, del mismo modo en que hasta ahora se ha utilizado la optimización de los motores de búsqueda y otras estrategias para alcanzar un rango más alto en los resultados de la búsqueda. Recordemos que ahora Twitter está indexado en Google cada vez que escribimos o buscamos nuestro nombre, o un *hashtag* en especial -que todos sabemos qué significa: es el numeral junto a alguna palabra para seguir los comentarios que se hacen dentro de un foro o un evento-. Kira colocó el de acá, que debe estar tuiteando en este momento, y eso ya está indexado en Google, lo que para editores, para librerías, para escritores, es la posibilidad de estar muchísimo más presentes y con una búsqueda mucho más rápida de la información sobre ellos que hay en la web.

En la era de Twitter y Facebook cualquiera puede convertirse en pre-escritor. Casi todos los profesionales del sector del libro coinciden en que “el famoso” boca-oreja entre lectores, es el marketing más eficaz para promocionar un libro. Desde siempre los lectores de libros se han recomendado diversas lecturas y diferentes escritores, pero con la inducción de las nuevas tecnologías sociales estas conversaciones se han multiplicado por miles y han permitido una interacción más fluida y eficaz entre lectores, y afortunadamente entre autores. Ahí está Héctor, que conversa muchísimo con sus seguidores, con los autores, en algún momento ha tuiteado algunas frases estupendas de su novela, y otras personas le preguntan inclusive detalles acerca de dónde comprarla, dónde conseguirla, qué librerías la tienen. Coincidir con el autor y el lector en un solo punto es una de las cosas más difíciles en una sociedad como ésta, porque precisamente les otorga a ellos algo que no había antes que es la oblicuidad. Ya le ganamos la partida a Dios, Dios no es el único que puede estar en todas partes, ahora nosotros también, a la vez nos pueden estar leyendo en Argentina, Japón, México, Colombia, o alguien que vive en la acera de al frente, que para nosotros a veces es muy cuesta arriba pasar una calle.

Desgraciadamente pocas editoriales permiten a sus lectores votar u opinar sobre sus lecturas y autores favoritos, ni siquiera se molestan en vincular las reseñas que aparecen en la red de sus libros que es otro de los problemas con las grandes casas editoriales; si vemos en algún momento los perfiles que ellos colocan, están manejados por empresas de marketing, ni siquiera por la propia editorial, que podría movilizar mucho más fácil a sus lectores. Me he encargado en algún momento de organizar y ampliar links de información, he sido bibliotecario toda la vida, y uno de los grandes vacíos que hay en nuestro medio es la información cultural, no solamente leer qué está pasando, sino leer los papeles literarios de toda América Latina que poco a poco han ido mermando, algunos desapareciendo, aquí en Caracas ya casi no tenemos el Papel Literario de El Universal, el de El Nacional a veces se dedica a números monográficos por temporadas donde no mencionan ni siquiera autores reconocidos, autores jóvenes, entonces esto nos ha dado la oportunidad de mover autores, colocar libros, y dar información. Una de las cosas que se agradece siempre, y lo agradece la gente que está en las redes, es que les des datos, que otorgues información, que des la posibilidad de un aprendizaje. A mí me ha sorprendido tener incluso un número de seguidores más o menos alto, cuando es un boletín de información muy fija, muy pesada en algunos momentos. No son autores fáciles cuando cito material de filosofía, coloco links de filosofía

dura, filosofía casi *hardcore*, y veo como un montón de gente muy joven está haciendo los comentarios, está siguiendo, está leyendo. La cosa no es como se pensaba normalmente que no había lectores, los hay en potencia, y cada día hay muchísimos más.

A pesar de que crecen las revistas digitales, en nuestro medio y en nuestro país todavía sigue siendo un hándicap terrible que las revistas se digitalicen. Cuando un profesor quiere tener un trabajo de ascenso, casi que se le exige que el material o el artículo esté publicado en una revista arbitrada que se consiga en papel. Las revistas digitales como que tienen una vida efímera en este caso académico, y no están tomadas en cuenta como todavía están las de papel, que generan peso y generan costos tanto de almacenamiento como de distribución realmente altos.

Hay posibilidad de compartir contenido con otros lectores a través de las diferentes redes sociales como Twitter, Facebook, Ediciona, que es una red estupenda hecha en España para editores, lectores, escritores, correctores de estilo, diseñadores, ilustradores, y realmente toda la cadena que está alrededor del libro, que encuentran en Ediciona la posibilidad de que alguien los pueda contratar inclusive en cualquier otro país. Estas redes incrementan la visibilidad del contenido de una web a través de la viralidad que generalmente poseen. No se trata sólo de tener perfiles en las diferentes redes sociales, hay que gestionarlos e integrarlos en la web de la editorial y las estrategias de marketing de la promoción del libro. Esto es lo que en mi sector estamos intentando, siempre que se lea, en el formato que sea. Un libro es su contenido, no la forma en la que esté hecho; papel, boletín electrónico, colocado en la red, lo importante es a quiénes les está llegando esa información.

Todos ustedes deben estar consultando a diario qué pasó cuando se murió Kishner, a veces tenemos la noticia muchísimo más rápido que la que puede estar llegando por los medios y eso es una ventaja, la rapidez de la información; en el último libro, Alvin Toffler dice que la última ola que nos viene va a ser la de la información, el que tenga los datos de manera muchísimo más precisa, va a ser quien tenga el poder en el futuro. De hecho la información como moneda de cambio ya está en algunos de los libros interesantes de ciencia ficción. Johnny Mnemonic es una película que a mí me gusta muchísimo, porque yo soy medio ñoño y me encanta cualquier aparativo, película y libro de ciencia ficción. Él se encarga de una labor bastante difícil que es traficar información; una empresa que desea mandar información a otra por medios no legales, vacía parte de su cerebro y le mete la información, y él tiene que llegar a un sitio para que la información sea sacada de nuevo porque si no su cerebro estalla, y así va a ser quizás en el futuro. Cuando a mí preguntan: ¿Cómo va a ser el libro? ¿El libro morirá en papel? ¿El libro desaparecerá? ¿El libro quedará en qué medios?, les respondo que lo importante es que se lea, no importa el soporte que sea. A mí me encantaría tener a lo mejor una interfaz neuronal, y no tener que usar un teléfono, un lector electrónico, ni siquiera una PC, sino a lo mejor tocar la palma de la mano y poder estar leyendo Shakespeare en este momento. Que Hamlet va a decir “ser o no ser” en papel, en formato digital, en una película, o en cualquier otra forma, no importa, las palabras de Shakespeare siempre van a ser las mismas.

[Héctor Torres]

Voy a ratificar lo que se ha venido diciendo en cuanto a qué son las redes sociales y ciertos conceptos que se han venido manejando por estos dos expertos. Una de las cosas que me llama la atención poderosamente es que sí, todavía en el 2010, ya bastante

adentrados en el siglo XXI, todavía se sigue hablando de que si el formato digital va a hacer desaparecer el libro, y me llama la atención porque definitivamente una de las pocas cosas que dicen es que la educación que hemos recibido y que hemos heredado ha sido lo suficientemente reaccionaria y tozuda, que todavía nos pone a pensar en el libro como un objeto y no como un hecho cultural. Creo que el tema está definitivamente superado, aquello de que si el formato digital va a suplantar al papel, es algo que me preguntan muchísimo sobre todo en este tipo de eventos, en entrevistas, que si hay una fecha, y creo que es bastante irrelevante porque de lo que estamos hablando es de la lectura, que es un hecho que va a seguir siendo.

Ese temor de que actualmente no se está leyendo creo que es totalmente infundado, muy al contrario estamos en una época en la que leer y escribir es fundamental para comunicarse. Desde la llegada del SMS, que ya el hecho de poder mandar un telegrama de un aparato portátil al que porta otra persona, y que le llegue directamente en tiempo real, fue un prodigio de la comunicación en su momento, que produjo otra forma de comunicarse, otra forma de entenderse, la vida misma es cada vez menos oral y es más escrita. Por lo tanto, decir que ya no se lee es una falacia inmensa porque cada vez se lee más.

Los cánones sobre lo que se debe leer es el que posiblemente sea el tema en discusión, y estoy convencido de que también al estar ante un nuevo sistema completo de comunicación definitivamente los cánones sobre lo que se debe leer deben variar. De hecho, el término “hombre culto” o “persona culta” que hasta el siglo pasado más o menos tenía vigencia, tiene que cambiar ya, creo que una persona que se sepa de memoria los sonetos clásicos, pasajes de la historia y pasajes de la biblia, posiblemente no sirva para mucho en este mundo donde lo que hay que saber básicamente para conocer las coordenadas del conocimiento, es cómo manejarse en internet, por ejemplo. Entonces podría ser el hombre culto el que sepa manejar bien las herramientas de búsqueda de información porque eso lo convierte en una persona con información a la mano permanentemente. Cuando llega el internet uno de los problemas que tenía es que no podía todavía incluir toda la información que existía ahí y que se estaba almacenando, en un solo sitio. Llega Google y nos empieza a hacer entender que la red es una sola cosa y que por mucho que te mates haciendo bonito el portal de tu página web, de tu sitio personal, siempre la portada de todo sitio va a ser Google porque a partir de ahí llegas a un punto específico en el que está esa información, y muchas veces la gente consulta sin haber visto jamás el portal de la página que está consultando. Ya no vale la pena prestarle demasiada atención al diseño, que se hace por asuntos estéticos, porque después de todo mucha de la información que la gente busca va directamente de Google al sitio, no sabe nunca a dónde entró, no sabe nunca dónde la consultó, sino que lee a partir de Google. De ese temor de que la red se estaba llenando de información que era imposible tener en un solo sitio, es de donde nacieron los blogs. Los blogs, inicialmente, más que lo que terminaron siendo -revistas de bajo costo que democratizaron el hecho de editar contenido, y es lo que los hace uno de los pioneros de las redes sociales- nacieron para generar un poco de orden en el caos que eran las redes, por eso se llaman bitácoras, porque expertos en determinadas materias iban apuntando ahí los sitios que iban visitando que les parecían de interés; si yo soy un experto en gastronomía, cada vez que visite un sitio de gastronomía de interés anoto una entrada en mi blog. Con la llegada de Google ya no tiene sentido tener bitácoras que nos orienten sobre el contenido porque ya Google se encarga de buscarnos el contenido donde esté. Antes de eso los directorios eran por registros; si tú no registrabas tu página en un tema determinado en el contenido de un directorio como

Ayantepui o Yahoo, simplemente no existía. En definitiva, los blogs quedaron a la deriva y empezaron a ser usados como un sitio en donde la gente podía editar sus propios contenidos de una forma gratuita, podías meter cualquier cantidad de información audiovisual, cosa que antes de la llegada de los blogs era reservado para poquísimas personas, incluso para equipos grandes que supieran por lo menos programar en HTML, y, en fin, la llegada del blog permitió que todo el mundo fuese editor de su contenido. En adelante, no necesitamos al editor o al jefe de redacción de una revista de cultura para mandarles nuestros textos porque ese hecho sensor de que un tercero decide qué se publica pasó a la historia, ahora con el blog la gente puede publicar su propio contenido.

Uno nota que la llegada de los blogs fue sumamente importante para la difusión y la divulgación de la literatura sobre todo porque hasta hace diez o quince años cuando salía un libro de literatura lo más que podía esperar el autor era, al menos aquí en Venezuela, dos o tres reseñas, dos o tres trabajos críticos, quizás en la revista nacional de la cultura, quizás Babel, posiblemente Papel Literario o Verbo y Gracia, usualmente esa vieja rencilla El Nacional-El Universal hacía que si publicaba algo El Nacional no lo publicaba El Universal y viceversa. Esto trajo como consecuencia que ahora cualquier libro que sale puede tener 10, 15, 20 reseñas en blogs personales. Toda esta revolución real del mundo digital y de la edición, ha permitido que haya muchísimo más contenido de literatura producido por muchísimas personas, cosa que hasta hace treinta años era impensable. Los editores se sentían todo-poderosos y juraban que era inconcebible que muchas personas pudieran generar contenido. Generar contenido era cosa de gente a la que se le pagaba, de periodistas especializados, era caro, si no se tenía una plantilla de periodistas no podías generar contenido. Lo que ellos no se iban a imaginar es que todo el mundo en su tiempo libre, iba a leer un libro, le iba a gustar, iba a escribir cuatro párrafos de él y lo iba a publicar por gusto, nadie paga por eso.

Los dueños y grandes ejecutivos de las corporaciones audiovisuales nunca imaginaron que pudiese tener sentido que muchísimas personas generaran contenido audiovisual para el disfrute de todo el mundo. YouTube por ejemplo tiene millones de canales de información que la gente puede ver en el tiempo que quiere sin adaptarse a horario. Para esto nacieron las redes sociales, y esto era lo que ellos no entendían que podía pasar, y eso fue lo que pasó, y esto cambió totalmente el modo de pensar acerca de lo que es generar contenido. Las redes sociales más famosas son: Facebook de primero, Tumblr puede ser la segunda más popular y actualmente Twitter que tiene un crecimiento muy amplio. Solamente en Venezuela hasta el año pasado había seis millones de cuentas registradas en Facebook bajo la red Venezuela, y esto no quiere decir que eran todos los venezolanos, son muchos más porque mucha gente no se registra con la red Venezuela, viviendo aquí incluso.

El problema que han tenido algunas personalidades de la farándula con el Twitter es no entender que las comunicaciones son horizontales. Esto ha generado muchísimos cambios que nos han llevado incluso a que se puede hacer y difundir literatura, se pueden divulgar eventos literarios sin salirse de las redes sociales. Yo no sólo llevo el portal Ficción breve venezolana sino que llevo otros eventos de literatura como lo que fue la Semana de la Narrativa Urbana, el Premio de la Policlínica Metropolitana, y otros eventos en los cuáles puedo prescindir tranquilamente, y lo he hecho, inicialmente por necesidad porque nunca hay espacio, de los medios impresos. Uno puede divulgar eventos sin necesidad de los medios impresos, que son más lentos, cuestan más para la toma de decisiones, son más burocráticos. La misma forma en la que están estructuradas las redes sociales, sobre todo

Twitter, en la que te puede seguir gente que tú necesariamente no sigues, hace mucho más expansivo el contenido y permite que cualquier información que se divulgue pueda rodar mucho más por la red con mucha más eficacia que los medios tradicionales. Una sencilla razón, entre otras cosas, es que cuando uno decide seguir a alguien en Twitter o cuando hace contacto en Facebook, se supone que hay ciertos temas e intereses comunes, por lo que el inicio de mi página en Facebook, o mi *time line* en Twitter hacen lo que sería mi resumen de noticias para las secciones que a mí me interesan. Si yo compro el periódico quizás voy a dejar de leer un alto porcentaje de noticias que a mí no me interesan; yo difícilmente leo deportes, difícilmente leo de farándula, posiblemente leo un poco de economía. En fin, compro un diario completo para leer el veinte por ciento del contenido. Yo no compro el periódico y estoy informado de todo lo que me interesa; todas las mañanas, con leer mi inicio de Facebook y mi *time line* de Twitter, sé que voy a encontrar la información que me puede interesar.

RONDA DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

[Intervención del público]

[Kira Kariakin]

Los lectores son los que discriminan quién es creíble y quién no. En términos generales si tú eres un *bloguero* y estás ejerciendo el *blogging* de manera más o menos profesional, o con cierta ética, no vas a publicar absolutamente nada que no hayas verificado. Si generas una información que es falsa, que atenta contra la honorabilidad de alguien, vas a estar sujeto a las leyes, disposiciones y reglamentos del país a ese respecto. Aquí hay un *bloguero* que está huido en este momento porque en su blog hace un año publicó *Ojala te mueras Chávez, Ojala maten a Chávez*. Así como la gente dice eso en la calle, él dijo eso en su blog, pero sucede que el blog es un medio de comunicación. Por decir eso su casa fue allanada, tiene una acusación de intento de magnicidio, etc. El hecho de que uno tenga un blog, un Twitter, un Facebook, no significa que vas a asumir estos medios, que son medios de comunicación, con la irresponsabilidad de generar información que no es verdadera. Por supuesto eso sucede, pero en términos generales los blogs que no tienen credibilidad o el tuitero que no tiene credibilidad, deja de ser seguido, el mismo darwinismo del medio hace que sea eliminado.

[Héctor Torres]

Además de eso, los blogs más visitados usualmente están en las primeras búsquedas y los menos visitados están hacia abajo, entonces eso ya va generando un *rankeo*.

[Kira Kariakin]

La manera como Google *rankea* los blogs y sitios es por el número de visitas que recibe, o si fue el blog que publicó primero una información específica. En todo caso, sí estoy de acuerdo con que aparezcan blogs de los que no tengas manera de verificar la información porque después de todo internet es un medio libre, es un medio en el que uno realmente puede ejercer la libertad de expresión cabal. Ahora, la libertad de expresión, como toda libertad, conlleva responsabilidades.

Tú como lector no eres un lector inocente, tú no vas a leer nada más la información de un blog. Generalmente si lees una información, la cotejas con otro blog o con el medio

formal; es decir, un periódico o por la televisión. Eso es una metodología que todo el mundo lleva inherente como lector digital. No se lee un solo informante, se leen varios. Y generalmente las informaciones falsas se desmienten. Dentro de la red hay una dinámica colaborativa que hace que lo que es verificable y verdadero, predomine, porque lo que es falso eventualmente alguien lo va a descalificar. En Twitter pasa muchísimo: ¿cuántas veces no se ha publicado un rumor o información que resulta ser falsa y enseguida aparece alguien quien la desmiente? Yo creo que opera de las dos maneras: del lado de la red, hay mecanismos de refutación y de traer a colación lo que es verdadero, y tú como lector tienes que desarrollar la disciplina de cotejar lo que estás leyendo.

[Intervención del público]

[Héctor Torres]

Hay libros malos, y libros que dicen mentiras. Lo impreso no necesariamente es algo irrefutable. Hay libros de historia de autores que dicen cualquier cantidad de barbaridades. Todo libro es refutable, sobre todo cuando estamos hablando de temas tan delicados como la historia, todo va a depender del punto de vista del que se quiera ver. Internet no es distinto de la vida misma, en internet pasa lo que en el mundo impreso. Hay libros que son refutables, hay libros que para tu tesis no te sirven por la posición que manejan, y en este sentido no hay mucha diferencia con lo electrónico.

Por otra parte: ¿qué es la erudición?, pues es recordar mucho; una persona erudita es una persona con una memoria amplia. Borges era un erudito porque era capaz de citar cualquier cantidad de textos. La erudición se está cambiando por un conocimiento cada vez más expansivo del mundo, con muchísima más información, y ya no vale tanto la pena memorizar sino saber llegar a la información. Y de ahí es que yo concluyo que una persona erudita es aquella que sepa llegar a la información, porque la información que hay en estos momentos puede ser mil veces superior a la que había cien años atrás; hace cien años era más fácil ser erudito que ahora si es por ser memorioso.

[Roger Michelena]

Hace poco Savater decía algo sabroso y es que entre las reglas de educación, entre las normas que deben haber ahora para ser alguien educado, se exigía saber navegar en internet, saber buscar, procesar y desechar información. Eso igualmente pasa con enciclopedias y con libros. En el volumen 138 de la enciclopedia Espasa Calpe los datos que aparecen sobre Simón Bolívar están errados, y la Espasa Calpe es una enciclopedia con un peso específico. No el hecho de tener a un montón de eruditos dedicados al trabajo necesariamente da confiabilidad. Cuando la gente de Microsoft habla con la enciclopedia Británica para llevar ésta a CD, los primeros que se opusieron fueron los empleados de la enciclopedia Británica, pensaban: “no, un momentico, qué es eso de que esta información esté divulgada en cualquier lado, de cualquier manera”. Hacer la enciclopedia Británica cuesta alrededor de unos cinco mil dólares por volumen con todo lo que hay que pagar; transportarla y venderla es un costo enorme. La gente de Microsoft negoció con Encarta y con otras, y decidió que el nombre Encarta, enciclopedia de la juventud, no tenía la vinculación académica que podría tener la enciclopedia Británica, pero tenía un montón de información procesada de tal manera que era mucho más fácil morderla, saborearla, verla, escuchar a Vivaldi mientras estabas leyendo un artículo y pasearte en algún momento por el romanticismo. Todo este tipo de cosas hacen que la información sea absorbida de otra manera.

[Intervención del público]

[Kira Kariakin]

Obviamente hay fallas en Wikipedia, pero es un fenómeno de trabajo colaborativo, varias personas editan un mismo artículo y así. Creo que es una herramienta muy poderosa para diseminar información pero no es la única herramienta, y por supuesto no puede ser la única fuente. Repito, como usuario de internet no consultas una sola fuente porque en el momento que pones una búsqueda en Google y te salen veinte resultados, tienes veinte fuentes, y seguramente lees cinco como mínimo para saber por dónde van los tiros de esa información que estás buscando, y uno de los resultados va a ser de Wikipedia seguro. Entonces: 1- Coteja, porque uno es un lector avisado de que no todo lo que hay en internet es verdadero, pero lo mismo pasa cuando vas a una biblioteca y buscas investigar una historia, o algún tipo de tema. Uno no consulta un solo libro, uno consulta por lo menos unos diez libros para hacerte una bibliografía sobre el tema específico que estás buscando, y generalmente entre esos diez libros los autores tendrán posturas y visiones diferentes de lo que estás analizando. 2- Una cosa muy diferente es estar informado a ser culto o erudito. Para mí la cultura -y esto es una opinión personal, no necesariamente es verdad- no tiene que ver con la información que tú manejas sino con cómo la procesas, qué sacas de eso y qué ideas propias generas a raíz de todo lo que lees y consumes. Aquí nos podemos sentar los tres a hablar de datos de estadística y de producción editorial o de las redes, pero creo que se han podido dar cuenta que los tres tenemos enfoques muy diferentes en la comprensión de la red y los objetivos para los que la usamos cada uno de nosotros.

[Intervención Del Público]

[Héctor Torres]

La misma dinámica de la comunicación hace que los jefes de redacción y directores de medios de los periódicos entiendan que la información está demasiado movida, y tienen que ver ahora cómo hacen para adaptar la información que se está generando minuto a minuto en la red y verificarla. Un ejemplo que acaba de suceder: Últimas Noticias, que es un diario pro-oficialista, que no tendría ninguna razón para dar información que afecte al gobierno, publicó antes de ayer que a Tomás Sánchez, que es el presidente de la Comisión Nacional de Valores, lo agarraron extorsionando a alguien en Miami, y sacaron la información de periodistas o de alguien que tenía interés en rodar esa información. En este caso particular ya la fuente de información no es Últimas Noticias porque está aquí en Caracas, no tiene idea de lo que está pasando, hay dos o tres periodistas especializados en finanzas que viven en Miami, que conocen de Venezuela, que son los que están ofreciendo la información. El prestigio del periodista hace que pueda prescindir del medio porque tiene credibilidad, el medio es un empleador. Entonces, son los medios los que están viendo cómo se adaptan a la velocidad de la información.

[Kira Kariakin]

Hace aproximadamente seis años atrás el New York Times cambió su apariencia gráfica en la red e integró herramientas interactivas y de *rankeo*, es decir, de establecer *rankings* como: ¿Cuáles son las noticias que han sido más difundidas por e-mail? ¿Cuáles han sido las más bloqueadas? ¿Cuáles han sido las más comentadas? La interactividad en el medio vino dada por el éxito de los blogs en ese momento, porque no había ni Facebook

ni Twitter, y estoy hablando de hace apenas seis años. Y desde hace un par de años están integrando ambas redacciones: la redacción en línea y la redacción impresa, entonces ya no tienen diferencia. El país está en el mismo proceso: El Universal anda por el mismo camino. No se trata de quién va a sustituir a quién, porque la información será siempre información. No se trata de si un bloguero es más serio que el otro porque al final, detrás de la computadora hay gente, detrás de la información hay gente, y como todo ser humano la gente es falible. Hay gente que tiene ética, gente que no la tiene, hay quienes van a verificar la información, hay gente que no, y no importa si eres un periodista graduado, un *tuitero* o *bloguero* aficionado o profesional. Considero que el medio no determina nada, el medio es sólo una herramienta, un vehículo. Los que operamos los medios somos nosotros, entonces depende de la persona cuan seriamente va a asumir su propio medio, porque en el momento en el que tienes un blog, un Twitter o un Facebook, tienes un medio.

[Intervención Del Público]

[Kira Kariakin]

Todo lo que se regula en internet, se regula por el mismo consumidor. De lo que sale en internet lo que sí debería ser asumido con responsabilidad, como sucede con muchas páginas de contenido adulto, es que se ponga una advertencia. Sin embargo, nadie debería permitir que un niño maneje solo la computadora o tenga acceso a internet, o participe en una red social, o en un chat, sin supervisión. Las que sí deben ser reguladas son las acciones criminales, sin duda: un tipo que sea pedófilo o que busque a niños en un chat, o en Facebook, para promover su pornografía, contenido racial, gente que hace robos o estafas a través de la red. Para eso existen softwares y filtros en los programas que traen las computadoras, para regular estas cosas.

[Karl Krispin]

Ya que se ha hablado de filtros y censuras, se me ocurre traer a colación un ejemplo de un escritor. En el año 1952 el fiscal de la corona de Noruega prohibió uno de los libros del escritor americano Henry Miller, y Miller hizo un lucidísimo ensayo que se llama *De la libertad de leer*. Entre ese documento, que todos deberíamos de alguna forma leer, hay una frase maravillosa respecto al mal, que dice lo siguiente: “En fin, cómo habremos de precavernos contra el mal, si no lo conocemos”. De modo que tenemos que conocer nosotros todos los elementos que nos rodean, para que seamos nosotros quienes establezcamos nuestros propios filtros.

[Intervención Del Público]

[Kira Kariakin]

Lo digital también es real, porque existe. Uno se enamora, hace amigos y establece relaciones a través de la red. Y en el momento en que inviertes emocionalmente en línea, y en el momento en que eso hace que relaciones se establezcan con otros seres humanos, es real. Para mí es tan sencillo como que yo a este señor que está aquí, Héctor Torres, lo conocí hace más de diez años a través de la red. Lo vine a conocer aquí en Venezuela diez años después, y ya teníamos una vinculación afectiva. A lo que me refiero es que la red es real, la red existe.

AUDIO DEL FORO (aquí iría enlazado)

